

会議録

1 附属機関の名称

犬山市観光戦略会議専門部会（第1回）

2 開催日時

令和元年10月7日（月）午前9時57分から午前11時50分まで

3 開催場所

犬山市役所2階 202、203会議室

4 出席した者の氏名

- (1) 構成員 服部敦、梅川智也、靱山貢、奥村好樹、片山義博
- (2) 執行機関 鈴木経営部長、新原観光交流課長、小池観光交流課課長補佐、
大谷観光交流課統括主査、櫻井観光交流課主事補、井出企画広報課長、
安藤企画広報課統括主査、倉知企画広報課主査補、中柴企画広報課主事
- (3) オブザーバー（観光戦略会議委員） 石田芳弘

5 議題

- (1) あいさつ
- (2) 構成員委嘱
- (3) 構成員紹介
- (4) 議題
 - ①観光戦略策定の背景および現状について
 - ②第1回犬山市観光戦略会議について
 - ③第1回犬山市観光まちづくり会議について
 - ④実施する調査の内容について
 - ⑤今年度の専門部会スケジュールについて
- (5) その他

6 傍聴人の数

2名

7 内容

事務局

おはようございます。本日はお忙しい中ご出席いただきましてありがとうございます。定刻前ですが皆さんおそろいですので、ただいまより第1回犬山市観光戦略会議専門部会を始めさせていただきます。進行は企画広報課の井出が務めさせていただきます。

この専門部会は、資料1にございます犬山市観光戦略会議規則第5条に基づき、8月30日に開催されました犬山市観光戦略会議で設置されたものでございます。本日の会議につきましては、お手元の次第に沿って進め概ね2時間程度、正午には終了させていただきたいと思っております。なお、この会議は公開で開催されますので、ご承知おきください。

まず初めに部会長の服部様よりご挨拶をいただきたいと思っております。

服部部会長

おはようございます。専門部会の部会長を、親会議の会長からご指名いただきました。今日2時間ばかりの会議ですけども、これから何回か皆さんと専門部会を進めて参ります。ご協力いただきまして円滑に議事を進めて参りたいと思っておりますので、どうぞご協力お願いしたいと思います。親会議にしっかりとした報告ができるようによろしくお願いいたします。

事務局

ありがとうございました。続きまして、構成員の委嘱に移ります。委嘱状は時間の関係もございますので、お手元の方に配布させていただいております。ご確認の上、受け取りください。

続いて出席の確認をさせていただきます。総数5名、全員出席いただいております。委員の過半数の出席がありますので、本日の会議は成立していることを報告させていただきます。

次に、皆様のご紹介に移らせていただきます。こちらも時間の都合がありますので、私の方からお配りしました名簿の順番に、所属とお名前を紹介させていただく形とさせていただきます。

(資料を基に所属と名前の紹介)

続きまして、事務局の紹介をさせていただきます。

(所属、名前の紹介)

以上のメンバーで事務を担当させていただきます。また、この観光戦略策定支援業務として三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社に調査分析業務、会議支援の業務を委託しておりますので、事務局側に同席させていただいております。

それでは議案に移る前に、事前に配布させていただいた資料の確認をさせて

いただきます。

(資料確認)

資料8の観光資源マップは、事前配付させていただいたものから、本日、机上に置かせていただいたものに差し替えをお願いします。なお会議の内容につきましては、後日、資料と会議録をホームページで公開する予定となっておりますので、あらかじめご了承ください。

部会長につきましては、観光戦略会議の西村会長から指名により服部様となっております。会議規則第5条第6項、部会長に事故あるときの職務代理について、あらかじめ部会長が指名することとなっておりますが、服部部会長いかがでしょうか。

服部部会長

事故のないようにしたいと思いますが、職務代理者には梅川委員にお願いしたいと思います。梅川委員よろしく申し上げます。

梅川委員

こちらこそよろしくお願ひいたします。

事務局

以降の進行は会議規則に従いまして服部部会長にお願いいたします。

服部部会長

では議事の進行を務めさせていただきます。この会議は議事録を作成し、議長が指名した委員2名が署名することになっております。私の方から署名者を指名させていただきます。本日の会議の署名者は、梅川委員と、初山委員にお願いしたいと思います。

なお、傍聴人の撮影と録音について、先日の観光戦略会議で、撮影については会議の進行に支障をきたさないよう自席からの撮影は認める。録音については個人のメモとしての利用に限り認めるとしております。切り取って公開するのは止めていただくという扱いに決まりましたので、専門部会についても同様の扱いにさせていただきたいと思います。

それでは、議事に入ります。次第には本日の議題が5つ掲げてありますが、少々整理をしまして、1番から3番まではこれまでの経緯となりますので、事務局からまとめて説明をいただきまして、少し質疑を挿みたいと思います。その後の4番のところ、これから実施する調査の仕様がございまして、これから実際にやらなければいけないというものですので、今日は細かいところを決めていただきたいということで審議させていただきます。

また議事の中に具体的には書いてありませんが、4番と5番の間で時間を取り自由な討議をさせていただきたいと思っております。今日は専門部会の初回です。忌憚なく、日頃お思いのこと、またこの会議に対する期待、思いとか、述べていただければと思います。自由な意見交換の時間を割と長めにとって、次回につながるようにしたいと思っております。最後に今後のスケジュールを確認させていただいて、次回の日程を決めて終わるといった進め方で参りま

す。

では最初に、1番から3番に関連する資料をまとめて事務局より説明をお願いします。

事務局

(資料に沿って説明)

服部部会長

事務局から説明いただきました内容は本日以降の議論の前提条件ですので、まずは共通理解が重要ですが、説明があった内容について、ご質問、ご意見なりいただければと思いますがいかがでしょうか。

梅川委員

資料3の6ページ。宿泊率を名古屋市と蒲郡市と比較されていますが、実数で犬山市はどうでしょうか。名古屋市の観光入り込み客数は、現実の問題として正確に把握できるとは思えませんので、比率を比較してもあまり意味がないと推察しますが、実質的に犬山市の宿泊客が15年間ぐらいで減っているのか、増えているのかという実数を教えていただけますか。

片山委員

私の方で分かりますので説明させていただきます。まず宿泊率ですけど明治村、リトルワールド、犬山城などの入場料を払う施設は実人数が分かります。花火大会とか、成田山の参拝とかは見込み人数です。見込みと実数を足して、約500万という形で毎年推移をしています。ただし、犬山市で泊まれるホテルの数は限られています。残念ながら名鉄犬山ホテルがこの8月をもって閉館になりましたが、犬山市の宿泊のうちの3分の2である約8万人を犬山ホテルで受けていたわけです。ですから500万人の内8万人が犬山ホテルで、それ以外のビジネスホテルが数軒ってということになります。

梅川委員

宿泊率ではなく実質的な宿泊者数はどう推移していますか。

片山委員

実質的な宿泊者数は、平成30年度は14万8000人です。その前年が15万と少しということで微減傾向にあります。そのときの情勢で変わりますが、大体15万人程度で推移しています。

服部部会長

同じように推移しているのか、微減傾向なのか。

片山委員

微減です。木曾川地区だけでなく入鹿池地区にも宿泊施設がありますが、1つの施設が廃業になり、そういった部分がやはり目減りしています。

服部部会長

どちらかというと施設減の影響での微減傾向ということですね。

梅川委員

ビジネス客、ビジネスホテルのデータも出しているわけですか。

片山委員	はい、すべて1人単位で分かります。
服部部会長	そういうデータを属性に分けて実数を見た方が分かりやすいと思いますね。
片山委員	そう思います。
服部部会長	事務局でそのようなデータ整理をお願いいたします。その他いかがですか。
梅川委員	観光まちづくり会議はとても良い取り組みだと思います。今後、専門部会あるいは親会議と交流とかの予定はありませんか。とても良い活動をされているので、もう少し彼らの議論を公にした方がいいのかなという感じがします。今回の戦略が今後の活動の柱になってくると思われますし、今後の進め方が少し気になるものですから、想定していることがあったら教えてください。
事務局	<p>観光まちづくり会議は、今年度、全部で5回開催予定です。11月、12月、年明けに1回ということで計5回。来年度も同じかもう少し多いペースでやりたいと考えています。この観光まちづくり会議、まち会と呼んでいますが、戦略が策定された後、親会議は一旦役目を終えるかもしれませんが、まち会は残ると想定しています。理由としては、課題を自分たちで見つけ、できることをし、それを出てくる課題をまた更にやっていくという取組なためです。まち会に、参加されている方の空気感がどんな感じなのかを、お話しいたします。</p> <p>目的が2つあって、1つ目が現場の生の声を上げていき戦略策定に活かしていくこと。2つ目は、事業者の方自身、市民の方自身が、今これをやらないといけないんだ、実際にやってみようというところまで突き動かしていくというのを目的としています。こちらに重きを置いているので、会議出席の声かけとか、集まっていたときに、正直申し上げると戦略の資料にしていきますみたいな言い方はあまりしていません。課題をみんなで共有しよう、そして共有した上でやれることをやろうということを前面に出しています。全部行政でやってくれみたいな感じではもう立ち行かない部分があり、我々はギブアップですと。ネバーギブアップだけどやれないところも出てきているところがあり、みんなで課題を共有してやろうっていうところを主眼に置いてやっています。ただせっかく出てきたものは、こうした場や親会議などに上げていくっていうところは考えていますが、何か皆さんとの交流みたいなのが、あるといいなという感じでしょうか。</p>
梅川委員	それもありますが、このビジョン、戦略が出来上がった後の実質的な担い手になる方々なので、こういった方々のご意見は大切だと思うのです。今おっしゃられたとおり、観光のビジョンが全て行政で出来るわけではないので、出来

ないその間を埋めるような役割として重要な方々です。意識づけを少しずつしながら進めていかれると、後々ビジョンの実現という意味で、重要な立場になっていきます。

事務局 計画が紙に書かれているものとする、本当に動かしていくのは現場の人達なので、そういった方達が少しでも動けるような場、背中を押せる、スイッチが入るような場になっていくと良いなと思い、実際にそこを目指してやっています。そこに戦略で書かれるものと、やろうとすることがリンクしていけば、行政としても、後押しとか一緒にやっていきやすいので、そのあたりは、委員がおっしゃられるとおりに進めていきたいと思っております。

服部部会長 策定期間中にコラボレーションするような予定は無いですか。

事務局 今のところ考えていませんでした。しかし、今お話をお聞きして座談会とか、いろいろ意見交換できる場があると、良いなという気がしています。

梅川委員 一度伺わせていただいて、我々は外から見せていただくような感じになるととても良いかなと思いますね。課題や展望がビビットに入ってきますからね。

服部部会長 そういう場を設けるかどうかも含めて是非ご検討いただければと思います。

事務局 分かりました。

服部部会長 まちづくり会議について私からひと言。今の話に関連するのですが、話し合いの内容も大事ですが、どういう方が参加されていて、それが定着してレポートしているのか、入れ替わりが大きいのか。どのような方というのも、市民サイドなのか事業者サイドなのか。事業者サイドだったら、どのタイプの事業の方が関心を持っているのか。少し属性を記録、分析して、今後の取り組みにつなげていくみたいなこともしていただけると良いと思います。それと、発言内容とのリンクが分析にはすごく重要になってくると思います。ですので、属性情報をできるだけしっかり取れるようにしておいていただくと良いかと思えます。

梅川委員 なるほど、メンバーが固定化しているわけではないんですね。

事務局 出入りは自由です。

服部部会長 逆に言うとそこの中で、どの程度固定化する人がいて、どの程度新しい人が入って、口コミで広がったり、メインになる人が見えてきたりとかがあると思

うのでよろしくをお願いします。

その他いかがでしょうか。では、この後自由討議もございますので、その場で発言いただければと思います。

今日は議事として確定しなくてはいけないことがあります。資料6です。資料6を説明いただいて、まずこのスペックを確定し、調査を行っていきまので、確定していきたいと思います。それでは説明をお願いします。

事務局

(資料に沿って説明)

服部部会長

今回ゴーサインが出ますと、次回の専門部会には結果が出てきますか。

事務局

詳細な分析結果は難しいですが速報値はお伝えできるかと考えております。

服部部会長

ではこの内容についてご意見、ご質問あればお願いします。

靱山委員

位置情報で出てくるデータとして、居住地、性別、年代とあるのですが、SIMデータから出てくるものなのですか。

事務局

データの提供元は普通のキャリアではなく、ログウォッチャーという会社になります。アプリを使うときに、そういうのを提供してもよいかという項目がありまして、年代に関して細かくは出せないのですが、30代、40代というところは、括りとして出せるものになっています。

梅川委員

キャリアではないのですね。

事務局

はい、キャリアではありません。

服部部会長

アプリの登録情報で属性をみているのですね。

靱山委員

アプリをダウンロードした人が前提になるということですか。

事務局

多岐にわたるアプリから取得をしておりますので、そこまで偏ったデータにはならないと想定しています。

片山委員

想像の域ですけど、おそらく点から点への移動というのは、ほぼ車で移動されているのではないかと私は思います。明治村だけ、犬山城だけ、リトルワールドだけということであれば名古屋鉄道の利用も多いと思うし、現に明治村と、リトルワールドと犬山城は共通券というのを作っておりまして、それなりに販売数も分かっています。電車で来ているのか車で来ているのかは分からな

いのですが、実数は分かります。ただ、リトルワールドも明治村も滞在時間が3時間から4時間は必要な施設です。なので、リトルワールドと明治村を1日のうちに移動というのはあまり考えられなくて、お城とリトル、お城と明治村というのはあると思いますが、それ以外の寺社仏閣とかを含めると、わざわざ公共交通機関を使うとは思えず、ほぼ車でやっているのかなと思っております。最終的に、調査は二次交通の充実などを視野に入れているのかなと思いますが、そういうことでしょうか。

事務局

実はこの会議に先立ち、庁内調整会議といって役所の中の関係課を集めて会議をやっています。今、片山委員おっしゃった通りのことで、二次交通というのが課題で、滞在時間を長くするというのを考えると、二次交通をしっかりするのが大事だという意見も出ています。今回のデータ取得によって、その辺のことが課題として炙り出されてきたらそれに対する対応をどうするかというのを具体的に考えていくという形でいきたいなと思います。そのためにもこういうデータが必要だと思っております。

服部部会長

二次交通以外の目的はないのですか。

事務局

どこから来ているのか、どの年代の方が来ているのかをしっかりと把握することが、これから営業や、施策、事業を打つ上で大事だと思っております。内部で話しをしていて、これは全くの仮説ですが、犬山城に来ている方と、城下町を回遊されている方は、同じではない気がしています。城下町の方は若い女性が多くて、城の方はちょっと年配の方であったり、遠方の方であったり。そういったところを、我々は肌感覚で持っているのですが、しっかりデータとして把握した上での対策であるとか、これからの方向性を決めていくための基礎にしたいなと考えております。

服部部会長

単に二次交通だけではなくて、施設間にどういう優先順位があるのかとかね。お城を先に見て城下町に行くか、城下町のついでに行くのか。それによって観光行動も全然違うので、そういうところを見ていく必要がある。どういう観点で見えていくのかっていうところも少し議論しておかないと後で集計するときに意味が無くなる可能性がありますので。

事務局

お昼をどこで食べるかとかそういうことも大事だと思います。

服部部会長

そういう議論も必要です。時間帯の中でどういう観光行動をしているのかというところの分析も必要ですね。

梅川委員

服部部会長のご指摘のとおりで、この資料1のデータのBでこれが出てくる

のですかね。この図はただの観光施設間の関係性を太い、細いで示されているだけで、あまり意味がないのではないのでしょうか。どのように回っているのかが全く分からないはずです。それと例えば犬山城で滞在時間が何時間で、次にどこに行って、どれだけ使ったのかが分かってくると非常に良いデータかなと思いますけど、関係性だけだとあまり使えるデータとは言えませんね。

それから、宿泊のお客さんは1回泊まれば次の日もまた行動するわけですが、宿泊されたお客さんの行動も分かるのでしょうか。つまり、日帰りと宿泊の区別ができるのか。観光行動っていうのは2日に渡る場合もあるわけですよ。今日は犬山城とあそこに行ったけども、明日はこれとこれに行くかもしれないというような、そうすると市内でかなり色々なところに立ち寄っていることになりますよね。そこまで分かれますか。

事務局

データAの過去1年間の方でいきますと、そこで犬山市に2日間滞在したのかどうかは分かります。その方の行動に関して、どの順番で、どう動いたのかという詳細まではデータAの数字では分かりません。データBの方の4日間のデータに関しては、どのように動いたかが分かります。いつどのタイミングで犬山に入り込み、いつどのタイミングでどこに行き、いつどのタイミングで犬山から出たのかまで分かります。なので、データAで取った施設間の関係性と、実際にデータBでどう動いたかというのを見ながら、総合的にこういう方が多いのではないかとこのところにつなげていくことを想定しています。

梅川委員

そうするとこのデータBの方の4日間というのが、10月もしくは11月って書いてありますので、秋の季節ですね。秋は割と周遊型の観光が多いですよ。例えば夏休みになるとまた違って、家族と旅行をするので割と滞在型になります。季節によっても違うので、例えば四季折々の4日間を取ることはできるのでしょうか。これも当然コストがかかってくるのでしょうか。それは無理なのですね。

事務局

ご指摘のとおりです。時期として観光シーズンの秋を選定させていただいています。違う季節というのは難しいです。

服部部会長

一番良い季節でやりましたということですね。今回の専門部会で集計方法まで細かく決める必要はないですよ。主なスペックを今確認しておいてデータを取りに行く。データを買った後、どうクロスして、どう分析するかに関しては、もう少し余裕があると思っていいのでしょうか。次回速報値が出ると思うのですが、その段階、そこに至る過程において、どのような政策的落としどころを目指し、どのような集計をしていくのかを、ストーリーで考えていかないと集計ができないと思います。その整理するために一度たたき台を作ってください、次回、速報値は出るのだけど、まとめ方としてはこんなまとめ方を

したいというところを併せて、議論できるよう準備していただければいいかなと思います。

その他、ご質問等ございますか。

奥村委員

名経大とやるアンケートはこれではなかったですか。

事務局

今、名古屋経済大学と商工会議所と市の方で、城下町の消費に関するアンケートをやってみようという話があります。それについては、この時点でまだ固まったものではございませんので、今回ここに挙げてはいませんが、この補足のデータになればいいなというふうに考えております。別途そういったこともやるということを御承知おきください。

奥村委員

会議所独自で15年前に、こういったアンケートをやったことがあります。宿泊施設と、名鉄の施設の計15箇所くらいで紙の用紙を置かせてもらい実施しました。そういった経験もありまして、名経大に話をして商工会議所と一緒にできないか計画しております。

1つ項目として入れていただければというのが、最後の17番。それぞれの思いを書かれる、何か意見があればとあります。当時やったときも17番のように書いてもらいました。そこの中に色々な意見がありまして、例えば1行の文章の中に要望が5つ入っている。これはすべて要望としてカウントして出しました。なかなかそれが活かしきれるとは言えませんが、私は当時重要視しました。今の時点でこれだけ観光客数が増えていますし、いろんな店が変わってきています。どこかでなにかが不足しているということ参考にして、改善しようという方向で今後の5年10年でいいと思いますが、どうなればいいのかというような表現を入れて、この人が期待していることを拾えればと。若い方がインスタ映えのものを買いに来ていますが、その子達がどう思っているのか。そういう表現を未来に向けても少し入れればと思います。

服部部会長

こんな犬山だったらいいなという提案ということですね。

奥村委員

そんなところですよ。色々な案が出てくると思います。

服部部会長

自由意見については、なかなか集計が難しいところもあると思いますが、先ほどお示したテキストマイニングとかを使うと、かなり精度の高い分析ができますので、自由意見を積極的に取って、分析いただければと思います。

その他意見ございますか。

靱山委員

インバウンド、外国人は今回の対象にはなってないのですか。

事務局	<p>外国人も先ほどの話と同様に対象とはしていません。しかし、この調査とは別に、国や県のデータで公表はされていない市町ごとのデータを提供いただけないかということ交渉中です。犬山市にどの国の方がどのくらい来ているのかというのを取得できないかと考えています。ただ実際に市内でどのように動かれたのかというところまでは把握できないかなと思っています。</p>
服部部会長	<p>ちょっと他の観光地とは違う特性が出ている可能性があるのでは、そこはなぜなのか、ぜひ分析してほしいですね。</p>
靱山委員	<p>インターネットアンケートで合計が 1000 っていうのが決まっているのであれば、岐阜県とか三重県も 200 ずつやる必要があるのかなと思います。三重県でも南の方だと多分ターゲットにはならないでしょうし、それなら大阪とかの大都市等、こういうところから来て欲しいという仮説を基にし、近所だから 200 やる、同じにしたではなく、もう少し考えてやるべきではないかと思っています。</p>
事務局	<p>こちらの割り振りであるとか、対象地については検討します。ちなみに今おっしゃったところで、こんなところから来た方がいいなというようなものが、もし具体例やイメージとしてあれば教えていただけますか。</p>
靱山委員	<p>今、我々名鉄も例えば京阪さんだとか、関西の私鉄と相互にお客さんを誘客しましょうというようなことをやっています。その中で、例えば関西であればある程度近場ですし、それこそ名神・新名神を使えば、交通はかなり早くなりましたので、そういうところが犬山に対してどこまで認知があって、どの程度ターゲットになり得るのかみたいなことが、逆に東京ですと距離感的に中々難しいかなというところがあるという気がします。</p>
梅川委員	<p>インターネット調査は、いわゆる母集団の考え方というのが希薄ですよ。通常の世論調査であれば定住人口に応じて、例えば三重県だったら何百万人いるからその内の何%っていう形で、定住人口に応じて抽出するわけですが、今回の場合は、母集団を全然想定してないですよ。やっぱり何を想定するのかと言うと、今来ているお客様の比率から票数を割り付ける。例えば 50%が愛知県であれば、50%を愛知県に割り振る。それから大阪から 20%なら 20%を割り付けるというのを、今の来ている方々を母集団として、サンプル数を割り付けるという考え方が一般的ではありません。</p> <p>ですが、今おっしゃられたような、どこのマーケットを一番知りたいのかというような考え方もあって、中京圏・関西圏ということであればそこに集中してやってもいいですよ。ここはちょっと議論するところかなと思います。全国的なマーケットとしてみれば首都圏が一番大きく圧倒的です。泊まってくれるお客さんからデータを取るということであれば首都圏マーケット。今は潜在</p>

需要となっているけれども、それをきちんと把握するっていうのはあると思います。

服部部会長 潜在需要を掘り起こしたいのか、今の観光行動を明確にしたいのか、どっちの意図が多いのか。そこは事務局としてはいかがですか。

事務局 潜在需要の方が比率としては高いです。どう思われていて、実際それがどうつながっているのかというところがインターネットアンケート調査では知りたいところです。

梅川委員 もともとタイトルが潜在ニーズ調査ですものね。そうすると、靄山委員がおっしゃったような形で想定するマーケットをきちんとし、あまり広げないで、きちんとターゲットを絞って取られた方が良いかと思います。

片山委員 今の話ですけど、日帰りの方々がどこから来ているのか正直分からないですけど、宿泊ということであれば、大体東海3県で6割。あと首都圏で2割5分から3割。関西圏で1割5分ぐらいということは統計で大体分かっています。

あと参考にはならないかもしれませんが、私たち観光協会で案内所も運営していますので、パンフレットを送ってくださいと電話がかかってきた場合、どこの県の方からなのかは全て統計をつけています。大体見るとやっぱり東海3県と、今言われたように関西圏、首都圏はやはり多いもので、個数は少ないかもしれないけどパンフレット欲しいっていうことは興味があるということだから、そういうのも参考にできればと思っています。

奥村委員 先週の金曜・土曜と、富山県高岡市の万葉祭りに行ってきました。24時間、万葉集をすべて読むというもので、3日間夜通しで読まれます。会議所はそこと交流をしまして、高岡市までは車で3時間かかってないです。向こうの方も犬山のことは結構知っていますから、そういったものも1つ入れたらどうかと思います。

服部部会長 私の方から、とりあえず言っぱなしでいきますので、事務局で検討いただければと思います。1つ目の位置情報について、犬山駅周辺というのがスポットとして入っていますが、このスポットをどう捉えるか。城下町と犬山駅周辺というのを取りたいのか、駅からの行動を取りたいのか。そうすると他の駅はどう考えるのか、この犬山駅周辺の位置付けが一体何なのか整理しておいていただきたいと思います。

あと2番の潜在ニーズ調査について、2番、3番同様ですけど、愛知県・岐阜県・三重県ときたときに、愛知県の中でも市町村単位で見ると、尾張三河ぐらいのエリアで見ると、三重県についても北勢と伊勢とかですね。岐阜に

についても東濃・西濃のそれか飛騨高山、ある程度エリアとしてこう見ていくみたいな整理も必要だと思います。

3番目です。7ヶ所挙げているのですが、栗栖がなくていいのか。そうすると、入鹿池が抜けるのか、お菓子の城が抜けるのか。どの辺に優先順位と政策的な目的があるのかといった部分だと思いますが、栗栖がなくていいのかなと思います。

あと調査票ですけど、地点アンケートはいいかと思いますが、インターネットアンケートで、課題になっている犬山の宿泊、食、土産に関してどういう感覚を持っているのかということが聞いているのかという点が、ちょっと十分に聞けていない気がします。宿泊、食、土産に関する消費者の感覚というものを、ここで聞く必要があるのかというところを検討いただければと思います。

もう時間があまりございませんので、もしですね、細かいところにお気づきの点がありましたら、1週間以内ぐらいでよろしいですか。

事務局 はい。大丈夫です。

服部部会長 1週間以内ぐらいで、これについて検討して欲しいというのがありましたら事務局の方にお寄せいただければと思います。これを確定して進まなければいけませんので、ご意見いただいて進めていきたいと思いますので、よろしくお願いたします。

それから残りの資料、8番、9番を簡単にご説明いただき、あとは自由討議とさせていただければと思います。では説明をお願いします。

事務局 (資料に沿って説明)

服部部会長 ありがとうございます。資料8、9を参考にさせていただきながら、これから自由討議がありますので、今後の検討に向けて、まだこういう検討が足りないのではないかと、ここをもっと整理して欲しいということ含めて忌憚なくご意見いただければと思いますので、よろしくお願いたします。

梅川委員 資料3でバスツアーの分析をされていましたね。そうすると分かるのは、かなり広域に周遊しているのですよね。観光客は行政界を全く意識しないで旅行をするので、観光資源の立地を考えると犬山市だけを分析するというのは、とても片手落ちなのです。例えばですけど、大阪の方がこの辺を旅行したいと考えたときに、犬山城を選ぶのか、岐阜城を選ぶのか、かなり広域に選択するわけですね。そうすると、この分析のマップだけでは不十分ですね、いわゆるベースマップも別にもう少し大きいのがほしいですね。中部圏とは言わないけれど、東海3県ぐらいが入ったようなところでどういう資源があるのかというのを、マップに落とし込んで、どこと競合するのかということを考えることがま

ず重要です。それがあって、犬山市内に何があるのかということ进行分析していくことだと思います。ですから多分マップは3つ必要。広域のものと、犬山市のもの、それから城下町という辺り。そういう3つのマップでやられたほうが良いと思います。

服部部会長

広域も、多分かなり広域のですね。東海3県、高山とかね。そういったところも意識した、観光行動としての広域と、隣接市町というようなところの広域が観光行動としては違いますので、本当はそのくらいスケール分けをしないと議論できないですよ。どこまで体力があるかですけど。ただ、やるならばそこをやらないと完璧なものにはならないですね。

梅川委員

発地との関係もあります。だから、東京から来る場合はかなり広域に周遊しますが、大阪の方はそんなに大きく周遊はしないと思います。だから、どこを狙うかっていうこととも関係しますね。

服部部会長

靱山委員いかがですか。

靱山委員

こういった会議は初めてですけども、日本には全国各地いろんな観光地があるわけですが、犬山市はその中でどういうところをベンチマークにしているのか。私のイメージで言うと、犬山というのは犬山城という明確なディステーションがあります。例えば名古屋の有松などは、町並みを見て歩き、楽しむことが目的なのですよ。そういうイメージでいくと鎌倉なんかは大都市から近くて、鶴岡八幡宮があって、その間に町並みがあってというイメージがあります。それで、今日お話の中で宿泊宿泊と、私どもも犬山ホテルをまたやりますし、宿泊も確かに大事ですが、イメージ的には大都市近郊といったところ、例えば鎌倉で宿泊している人がいるかということ、そうはいないと思うのですね。そういった視点でいうと少しターゲットが広くなりすぎているという印象を受けました。そもそも、どのような仮説を立て、こういうところを目指していくというのが、今日の議論では分からないかなというのがあります。

服部部会長

今の話、梅川委員いかがですか。

梅川委員

例えば札幌という都市があって、小樽があって、かつて小樽は宿泊客ではなく日帰り客ばかりで、札幌に戻って宿泊していた。小樽は一生懸命頑張り、ホテルも随分できてきて、小樽に泊まるのも中々良いなというような形で宿泊客が増え、インバウンドもとても増えています。というような整理を、例えばですけど、取っていくというようなことをおっしゃっているのかなと思います。

東京と鎌倉の関係もそうだし、実は東京と横浜の関係もそうなのですよ。かつて横浜ではほとんど泊まらなかったけれども、今ではコンベンション施設

を整備し、港周辺をみなとみらいとして整備し、夜も楽しいということで、ホテルができ、宿泊客もだんだん増えてきている。都市戦略にも関係するのですが、そういった戦略でやっているということなので、ぜひ犬山市も何かそういう骨太の戦略をお作りになったらどうかというふうに私は思います。

服部部会長

ベンチマークになる都市を、どこを想定し、どこと比較していくのかという整理が必要かと思います。そこは1つだけに限らないですね。小樽なんか色々な紆余曲折を経てこうなっていて、お客が来なかったところから寿司屋を盛り上げ、寿司屋で客が入り、そこからホテルにみたい、そういう段階を経て小樽は今の観光地としての姿があるということだと思います。観光規模、都市の規模、それから大都市との位置関係など、いくつか整理をしなくてはいけないメルクマールがあって、そのメルクマールを比較する中で、いくつかベンチマークとして置くべき都市があり、そこでの観光消費の動向みたいなものを情報収集し、比較分析するということが必要かというふうに思います。今のご意見踏まえて、その辺をぜひやっておかないと、客観的な整理にはならないのかなと思います。

例えば、今の盛り上がり状況なんかを見ていると、長浜的な雰囲気があります。あそこの立ち上がり方から今の状況まで、かなり似ています。宿泊型の観光が全然盛り上がりせず、お金が落ちないところが似ているのです。だから、現在比較する相手としては長浜みたいなどころがあるでしょうし、そうじゃないところもあるでしょう。観光行動にどう対応し、観光地のあり方を変えていくかというのも、また違った話があって、小樽とか、ああいう歴史的な都市戦略をやっているところは、1つのベンチマークになると思います。一方で昔ながらの温泉地なんか、団体客から個人客に変わっていく中で、相当観光戦略が変わってきています。切実なだけに相当真剣にやっていて、お客様が変わってきている。だから、温泉地なんか観光戦略として比較する中では参考になると思います。どこを見てベンチマークに置くかです。

それは、御見識ある委員の皆さんの意見をぜひもらい、幾つか例示になるような都市の情報を収集して、どういうメルクマールで比較していくのかというベンチマークの整理を一度されるといいかと思います。やることばかり増えて恐縮ですが、その作業を検討いただければと思います。

他、いかがでしょうか。

片山委員

話にありましたとおり、犬山城は昨年が史上最多入場者数になりました。好調である一番の理由は名古屋から近いことだと思っております。名古屋鉄道に乗れば30分で来られる。鉄道の方でも城下町切符だとか色々やっていたいて、それを購入する人も増えて、好調なのが理由だと思っております。

東京と横浜の関係、東京と鎌倉の関係と似ているのですが、我々観光協会として城下町、犬山城だけに客が来ればいいのではなくて、名古屋鉄道の核と

なる明治村、リトルワールド。そこも潤ってこそ初めて犬山の観光がプラスになると、私は絶えず考えています。ですから、リトルワールド、明治村、犬山城の連携が少ないとかいろいろありますけど、そこら辺は今も連携をしているわけだけど、それ以上の連携の策が必要だと思っています。犬山城が民間と連携して、切符なんか売れるわけがないというのも打開して、3年ぐらい前から共通券というのをやっけていまして、年間で4万3000人も買っていただいているのですから、そこら辺もプラスに考えてやっけていかなくてはいけないと思っています。

ましてや、もちろん日帰りのお客は名古屋からどんどんもらいますが、2年後もしくは3年後に、インディゴ犬山有楽苑と、駅前にもホテルができるという話ですから、できたけど閑古鳥が鳴いては全く意味がありません。そこら辺も視野に入れて宿泊のことも考えていかなくてはいけないと、常々思っています。この戦略会議で色々、GPSの話やバッテリー調査の件も出てくるかと思いますが、色々な手法を使いながら他の観光地に負けないような、動きをしていく必要があると改めて思いました。

服部部会長 宿泊はやはり増やしていかないといけないとお考えですか。

片山委員 もちろん。

服部部会長 どのタイプの宿泊客ですか。

片山委員 今の宿泊状況は、名鉄犬山ホテルが約8万。その約半分が団体客と言われていて、それがなくなってしまうということです。新しいインディゴ犬山有楽苑が仮にできたとして、部屋数は120室。桜のシーズンとか秋の行楽シーズンについては、多分、名古屋圏から来るとは思いますが、犬山で弱い時期の6月、7月、あと、12月、1月、2月は、ほっといても客が来るとは思っていないで、セールスアプローチをかけていかないと、いかにインディゴ有楽苑といえども、ちょっと危ない気がしていて、やはりFIT、インセンティブ、団体含めて、セールスアプローチをかける必要があると思っています。駅前のホテルも部屋数120室できると聞いているのですが、個人FITだけではなく、やはり欧米はインディゴかもしれないですけど、東南アジアのインバウンドは結構増えているものですから、そこら辺を視野に入れてやっけていかないといけないと思っております。

服部部会長 奥村委員いかがですか。

奥村委員 観光資源を整理していくことにおいて、犬山地区、城東地区など各地区があります。これは昭和29年に市が合併し、その際に村々が合併したのですが、

そこから代は変わってきていますが、こういった地区ごとに違った意見を持っている方がおられます。できればいいですけど、観光まちづくり会議の会場が犬山市役所ですが、違う地区でやっていただくと意見にかなり温度差があると思います。そこの方の意見も聞き、テーマは犬山城下町でもいいのですが、どう思っているかによって、いろんな意見を取れるかなというのがあります。

梅川委員

統計の話をもつさせていただきます。犬山城にいられている方、62万人というのは、恐らく2回行く方は少ないので実質的な数字ですね。それ以外、犬山城に立ち寄らないで犬山のどこかに立ち寄られる方が何人いるかということをし合わせると、実質的な頭数が出てくる。今出している数字はそれぞれの観光施設に入った人たちを足しあげているだけなので、実はあまり意味がなく、実質的に何人犬山市にいられているのかを出すというのは、ある意味命題なのかなと思うのです。

対面アンケート調査を折角やられるので、そこでどこに立ち寄りましたかというのをいれて、犬山城に行かなかった人たちがどう動いたのかというのが分かれば、平均立ち寄り箇所を割って実質的な人数が出てくるのです。そういった実質的な観光客数の推計にチャレンジするのも面白いかなと思っておりまして、リアルな数字が分かってくるのはとてもいいことだと思います。

それと、この対面アンケート調査では必ず聞かなければならないことが抜けていますね。こういう調査をやるならば、顧客満足度、つまりCSは聞かないといけない。それから、再来訪意向、紹介意向についても必ず聞かなければいけませんね。つまり今回犬山に来て、本当に満足したのかどうか、多分7段階評価とか5段階評価ぐらいで聞いたほうがいいのではないのでしょうか。それから、それが再来訪、リピーターにつながるのかどうかという話です。紹介意向というのは、自分が非常に良かったので、友達を連れてこようという形で紹介をするというものです。この3つは観光庁でも推奨しているデータだと思うので、その設問を入れたほうがいいですね。

それから消費額のことを聞かれていますけど、これは結構大変ですね。ここまで細かく聞いて、回答いただけるのかなというのは少し不安なところ。それと、この聞き方だと今回の旅行で総額いくら使っていて、そのうち犬山市ではいくら使ったのかというのが全く分からないですね。

それから、調査地点を見ると観光施設で調査をされるのですが、ひょっとすると日帰りのお客さんばかりが対象となる可能性があります。そうすると平均単価がぐっと下がってきますよね。宿泊客に対する調査をどうやってやるのかということも検討しておかないといけないかなと思います。宿泊客か日帰り客かというのは問7で聞いてはいますが、観光施設でお客さんを捕まえてやるとなると、宿泊客が中々捕まらない可能性があるから、そこは少し配慮が必要ですね。

服部部会長 そうすると、事務局いかがですか。

事務局 検討させてください。

服部部会長 宿泊施設でアンケートを取るかどうかですよ。

梅川委員 実際のところはそっちの方が良いですよ。宿泊客と日帰り客は別にやられた方がいいかもしれないです。

服部部会長 今後に向けて、まだ検討が足りないところはあると思います。ご指摘いただければと思います。

梅川委員 資源整理ではないですけども、重要なのはどういう担い手が市内にいらっしゃるのかと言うのは、絶対に後々効いてくるので、きっちり調べられた方がいいます。人的資源ですね。それから、ここに出ている資源や施設は、いわゆる評価がなされてない、“あるもののリスト”になっているのですが、どれが本当に優れているのか、という絶対的な評価が必要ですね。そこをどうするかも検討いただくと良いかなと思います。

服部部会長 評価の具体的な手法はありますか。

梅川委員 私が居た古巣では観光資源評価というのを40年、50年やっています。そういう意味では、インバウンドにも対応できる国際的にみても優れた資源がどこにあるのかというのも全部分かかっていて、特A級資源と言いますが、日本全国で51ヶ所。全国的な誘致力を持つ資源は、A級資源と言いますが、どのくらいあるのか、だいたい全国で450程度です。それがこの犬山市周辺のどこにあるのかというのはとても重要な視点だと思います。それはすぐに調べられますよ。そういう評価情報を入れるというのは大切だと思います。それから市内の各種団体がどういう活動をしているのか、調べるのは難しいですけども、実質的にこれからの観光振興に役に立つ組織なのかどうかというところだけは、チェックしといたほうが良いと思いますね。むしろその彼らがやっていることをこのビジョンの中に取り込んであげるということも非常に重要なので、その辺も少し分析項目の中に入れられたらいいかなという気がいたします。

服部部会長 どの時点でやる作業なのかというのはありますが、この観光資源マップ、今は玉石混交でプロットされていて、何でもかんでも入っている。また入っていないのもあるという状況なのですが、ここから何をやるのかというところを、整理していかないといけない。もちろん客観的な指標で評価し、ピックアップして、点数が高い方を絞っていくことができればいいですが、多分なかなか

か難しいと思います。

そのときにストーリーみたいなものをいくつか描いてみるというのが1つあります。現在の犬山での観光行動のストーリーは、どんなストーリーなのか。日帰り客で、城下町中心で、若いお客さんがいて、どことどこを中心に周って、どう広がっていくのかという一般的な観光行動ですよね。それに対して団体客がどういう行動を取るのか。いくつかのストーリーがあると思うのですが、そこから今後どういうストーリーに持って行こうとしているのか。着地型観光に持って行きたいとすれば、具体的に2日間なり3日間なり、どういうストーリーで人が周るのか。そのときに人的な資源を含めてどういう資源が必要で、広域的にどうなのか。といったときに、そこでどういう組み合わせで人が動いていくことを目指して、これから施策を打っていくのか。いくつかストーリーを整理しないと出てこない。これから目指していくストーリーに照らしたときに、使える資源と使えない資源が出てくると思う。その中で峻別しながら、今ある資源をストーリーの中に嵌め込んで、どの程度絵が描けるのかどうか。そしてどこに抜けがあるのかといったことを整理するというのも計画の1つのやり方だと思います。

モデルストーリーを描き、そこに合致するような形で資源が今あるのか、ないのか。あるのであれば、それを有効に活用しなくてはいけないし、ないのであれば育てないといけない。もしくは生み出さないといけないという話になる。そういう峻別があって、その不足しているところにどういう施策を打つかというふうにつながってきますので、計画の策定手法としては、そういうモデルストーリーを書いてやるというのも1つだと思います。

どこの時点でやるのか、ある程度確からしい根拠がないとただ書いているだけみたいになってしまうので、ある程度データがそろってきて、その方向性が見える中で、モデル的なストーリーを書いて資源を峻別していくみたいなことも必要かと思しますので、それもこれからの検討スケジュールの中で考えていただきたいと思います。

他にいかがですか。他の委員に聞きたいこととかございませんか。では、事務局の方から聞いておきたいことはありますか。

事務局

とりあえずこの場ではありません。

梅川委員

では靱山委員に質問させていただいてもよろしいでしょうか。インディゴというのはどういうところに強いネットワークを持っているのでしょうか。完全に欧米ですか。

靱山委員

私も聞いただけなのですが、元々欧米が強いかと思いますが、今ではインターコンチネンタルホテルグループの幅広いブランドの一つで、ネットワークとしてはアジア圏も含め、ワールドワイドに広がっていると思います。インディ

ゴ自体のターゲットはある程度の富裕層になると思いますけど。

梅川委員

そうですね。そういう富裕層に提供できるようなコンテンツが、犬山に今あるのか、ないのかという話もありますし、インバウンドで泊まっていたくためには、コンテンツが充実しているかどうかで全然実は滞在時間が違うのですよね。たくさんあれば、2泊、3泊してくれると思うのですが、何もなければほとんど1泊で終わってしまうでしょうし。その辺、インディゴが狙っているマーケットと、今のコンテンツがミスマッチしていないかどうかというのが実は根っこにあるのですが、早急に対応しないといけませんね。満足していただけるような。じゃないとせっかく来てもらうのにね。

服部部会長

アクティビティを滞在型観光に持って行って、当然宿泊するだけじゃなくて、飲食がまずあって、その飲食が足りないというのは当然認識されていて、その集積が今どの程度あって、どの程度何が足りないのかという分析と、さらにプラスしてアクティビティに取り組むことが必要で、多分インディゴなどがターゲットにしている富裕層の望むアクティビティと、もう少しファミリー層で国内客を相手にしたアクティビティ、それもリトルワールドとか、明治村とか、そういう施設型観光をする一方で、もう少し自由に自然の中で体験できる観光をしたい。それをどう組み合わせるのか滞り観光にするのかみたいなそういうストーリーですね。その辺で犬山に何が足りていて、足りていないのか。先ほどのストーリーの話にも関わってきますけど、そういう整理が必要なのかな。

そのときに、インディゴとか宿泊施設はできる一方で、そういうアクティビティを提供する側というのは、個々でやっていてバラバラになってくるので、そのアクティビティの提供者に対して、ある程度その窓口になり、全体をまとめるとか、そういう人も必要になって、それを今の犬山の既存の団体がその役割を担うのか。担い切れるのか。というところの整理も必要ですね。担いきれないとすれば、それを担う新たな主体が必要になり、その母体になるような人達がいるのかといった話になります。

梅川委員

DMOというやつですね。

服部部会長

そうですね。日本でいえば昔のおんぱく。アクティビティの経営団体みたいなものを育てていくという活動がありましたけど、それと同じようなことをしなきゃいけないのか、もうすでに存在しているのか。その母体になりうるのはどこなのか。というところも当然戦略としては必要になってきます。

梅川委員

鵜飼とか城などは喜ぶと思います。でも服部部会長がおっしゃったストーリー、シナリオをきちんと作って、うんちくが語れないといけませんね。

服部部会長

だいぶ時間が参ってきました。では、スケジュールの確認をさせていただきたいと思います。少し全体のスケジュール説明をいただいて、次回のスケジュールを決めていきたいと思います。

事務局

資料7をお出してください。観光戦略会議における検討議題イメージ（スケジュール）となっております。本日が第1回専門部会になりまして、10月7日になります。第2回は事前に調整させていただいて12月17日となっております。第3回が2月中旬で調整させていただきたく、この後に調整させていただきたいと思っております。その後ですが、親会議の方が3月25日にあるといったところになります。

資料3の最後の16ページを確認してください。これは観光戦略の構成イメージとして付けさせていただいたものになります。来年度が本格的な起草作業で計画を作っていくところになりますが、今年度中に頭出しというか、そういったところまで、終えたいと思っているところであります。そこからまたどんどん内容を叩いていただくということになります。そういったスケジュールで考えております。

この専門部会は今年度3回予定しておりますが、3月25日に観光戦略会議親会議を開催いたします。その際に、本日親会議の石田委員もいらっしゃっていますけど、そちらの親会議の方にこの専門部会で議論し、方向性を出したものをたたき台として、出す作業をやっていきたいと思っておりますので、そういう形で専門部会の3回の内2回目を12月17日ということで事前に調整させていただきましたが、3回目を2月の中旬で予定しております。事前にお話をさせていただきましたが、今から予定表をお配りいたしますので、第3回の日時を決められたらと思っております。ご記入をよろしく願います。

石田オブザーバー

気が付いたこと、一言いいかな。

服部部会長

はい。願います。

石田オブザーバー

市長をやった経験から言いますと、今日の皆さんは流石見識が高いと思いました。調査した、用意した資料について、厳しめのことを言ってもらわないといけない。こんなこと言ってはなんです、市の職員は真面目で非常にきちっとしているのですが、ハッキリ言いまして視野が狭いのです。ですから、委員の皆さんがきつめの意見言っただかかないと、こちら事務局のエージェントのイニシアチブになってしまうような会議ではいけませんので、委員長よろしく願います。

服部部会長

ありがとうございます。事務局、日程はどうですか。

事務局	第3回の日程は2月18日火曜日の午後、もしくは2月20日木曜日の午後。
服部部会長	事務局としてはいかがですか。議会の関係もあると思いますが。
事務局	18日でお願いいたします。2月18日の午後2時でいかがでしょうか。
服部部会長	では、2月18日午後2時から午後4時でお願いします。 議論が収束しましたので、事務局の方にお返ししたいと思います。
事務局	服部部会長、ありがとうございました。次第のその他でございますが、日程調整を考えておりましたが、事前にできてしまいましたので、その他については事務局の方からございません。何か委員の皆様からありますでしょうか。無いようですので、これをもちまして第1回観光戦略会議専門部会を閉じさせていただきます。ありがとうございました。